

УДК 659.18

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ TELEGRAM-КАНАЛОВ

© Савина Д.Д, Важаева Е.А.

*Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева, г. Самара, Российская Федерация*

e-mail: savina2501@mail.ru

С каждым годом мессенджер Telegram набирает все большую популярность. На момент исследования статистика пользователей мессенджера уже превысила полмиллиарда человек [1]. Главное достоинство мессенджера – это конфиденциальность. Цель исследования – определить способы продвижения коммерческих Telegram-каналов и проанализировать их достоинства и недостатки.

Telegram-канал – это что-то среднее между блогом и микроблогом, то есть еще одна площадка для распространения контента, но уже среди аудитории мессенджера [2]. Это удобная коммуникативная площадка как для авторов, так и для читателей. В Telegram существует множество ботов, которые облегчают жизнь авторов. Например, боты для отложенного постинга, редакции отправленного контента, прикрепления реакций, создания таймеров для удаления и др. На каналах можно размещать не только типичные фото-, видео- и текстовые материалы, но и голосовые сообщения. Аудитория мессенджера сильно отличается от аудитории социальных сетей «ВКонтакте» и Instagram. Пользователи Telegram предпочитают информативные и полезные тексты вместо красивой картинки. Канал может создать любой пользователь. По этой причине в мессенджере его множество. Тематика каналов различна, поэтому существуют сложности с поиском информации внутри платформы. Чтобы подтолкнуть пользователя к использованию того или иного канала, необходимо заниматься их продвижением. При продвижении любого канала нужно понимать специфику площадки. Она отличается от других социальных сетей, поэтому моментального прироста достичь невозможно. Среди особенностей отметим исключительно внутренний шейринг, т. е. пользователи делятся статьями путем отправления сообщений пользователям. Цены на рекламу внутри платформы разнятся. На бирже рекламы Telegram цены варьируются от 20 рублей и до 10 тысяч за одну рекламную публикацию. Цена связана с количеством подписчиков канала и активностью его пользователей.

Существует ряд устаревших способов продвижения Telegram-каналов, которые не приносят должного результата. Среди них – спам. В комментариях можно найти ссылки-приглашения от пользователей или несколько одинаковых рекламных сообщений подряд в каналах. Но администрация каналов и самого мессенджера Telegram это не поощряет и удаляет такие сообщения. Второй неработающий способ – добавление контактов из телефона. Это разновидность спама, в результате которого пользователи начнут жаловаться на канал, после чего обладатель канала может оказаться заблокированным. Третий неэффективный способ продвижения канала – сарафанное радио. Реклама может быть эффективна только при высочайшем уровне контента, если читатели делятся статьями, то это может означать высокий профессионализм автора, который чувствует свою аудиторию. Еще один неэффективный способ привлечения новых подписчиков – использование сервисов по раскрутке. Как показывает практика, не существует сервисов, которые приведут 100 % живой аудитории, это может только увеличить количество подписчиков номинально. Последний, пятый неэффективный способ продвижения – использование каталогов.

Каталоги – это сайты или каналы внутри платформы Telegram, цель которых – публиковать у себя другие. Раньше пользователь заходил на ресурс, листал список, выбирал площадки по интересам и подписывался на них. Когда предложений было немного, способ был эффективным. Теперь ситуация поменялась, и добавлять канал в каталоги нужно с единственной целью – поиска рекламодателей.

Обратимся к анализу эффективных способов продвижения Telegram-каналов. Их можно разделить на платные и бесплатные. К платным способам относится таргетированная реклама на внешних ресурсах, а также некоторые варианты рекламы внутри платформы. Преимуществом таргетированной рекламы является возможность регулировать цену привлечения подписчика. Таргетированная реклама будет выгодна в том случае, если автор разбирается в ее тонкостях и точно знает специфику своей целевой аудитории. Этот способ рекомендуется использовать не как вариант самостоятельного продвижения, а как дополнение. Канал можно продвигать и через другие социальные сети. Наиболее эффективны – реклама в социальной сети «ВКонтакте» и продвижение через механику «истории» в социальной сети Instagram. Следует отметить, что указанные социальные сети не допускают прямых ссылок на мессенджер Telegram, поэтому стоит оставлять ссылку на созданное зеркало. Также следует учитывать специфику целевой аудитории и подбирать профили и группы с похожим портретом подписчиков. Реклама внутри платформы Telegram – самый популярный способ продвижения. Прирост от такой рекламы может быть до 20–30 тысяч подписчиков от одной рекламной кампании. Анализировать статистику прироста участников возможно с помощью следующих платформ: Tgstat или Telemetr. Среди вариантов продвижения внутри платформы следует отметить такие способы: перекачку аудитории с других площадок, взаимный пиар и использование подборок. Чтобы собрать аудиторию с других площадок, следует закрепить ссылку на продвигаемый канал в шапке профиля. Взаимный пиар осуществляется по тому же принципу, что и в других социальных сетях, путем нахождения похожих каналов и предложения дальнейшего сотрудничества. Каналы должны быть похожи по тематике и количеству подписчиков, чтобы произошел обмен аудиторией. Использование подборок похоже на взаимный пиар, но отличается масштабностью кампании. Подборка – это список с заранее договорившимися участниками, длинный пост, в котором по порядку идут ссылки на каналы с кратким описанием площадки. Они могут подбираться как по смежной тематике, так и быть далекими друг от друга. Авторы Telegram-каналов договариваются с другими авторами о размещении подборки. Например, подборка Telegram-канала сайта «Кинопоиск» может разместить у себя другие каналы о кино. Подборки также бывают внешними. Принцип остается прежним, но публикуются они вне мессенджера Telegram: в блогах, на сайтах СМИ, форумах и т. д.

Таким образом, можно утверждать, что эффективные методы продвижения Telegram-каналов в своем большинстве сосредоточены в самом мессенджере. Создатели коммуникативной площадки постоянно обновляют способы продвижения каналов, что привлекает большое количество читателей и авторов.

Библиографический список

1. MACON Advice: официальный сайт коммуникационного агентства. URL: <https://macon-advice.ru> (дата обращения: 19.04.2021).
2. Телеграм. URL: telegram.org.